



कोलागः एस्ट्रीट इन्डिया

नई प्रौद्योगिकी ने बदला चुनावों का अंदाज़

टॉमस बी. एडसॉल

प्रत्याशियों की गलतियों का खुलासा करके, धनसंग्रह अभियानों में जान डालकर और समाचार चक्रों को नया आकार देकर नई प्रौद्योगिकियां और उनके चतुर-सुजान उपयोगकर्ता कई अमेरिकी चुनाव अभियानों पर अपनी छाप छोड़ रहे हैं।

बल्ड वाइड वेब और उसके कारण हुए सूचना विस्फोट ने अमेरिकी राजनीति के कम से कम चार क्षेत्रों में धमाका कर दिया है—मतदाताओं तक पहुंचने के नवाचारी तरीकों का सृजन, समाचार प्रणाली में आमूल परिवर्तन, छोटे दानदाताओं की अभूतपूर्व भरमार, वाम और दक्षिण पंथी

नई प्रौद्योगिकी और इसके इस्तेमाल में माहिर लोग अमेरिकी चुनावों के प्रचार अभियान पर अपना असर डाल रहे हैं—इससे उम्मीदवारों की उलटबांसियां सामने आ रही हैं, धन जुटाने में मदद मिल रही है और समाचारों के प्रवाह का चक्र बदल रहा है।

झुकाव वाले हाल ही में सामर्थ्यसम्पन्न हुए कार्यकर्ता समूह।

इसका सबसे स्पष्ट प्रमाण था 2007 में राष्ट्रपति पद के कई प्रत्याशियों द्वारा अपने आधिकारिक अभियानों की शुरुआत इंटरनेट पर अपने इरादे जाहिर करके करना। इससे पहले अधिकतर प्रत्याशी अक्सर अपने गुहनगरों में, स्थानीय मतदाताओं की भारी भीड़ की उपस्थिति में ऐसा करते थे।

उदाहरण के लिए डेमोक्रेटिक सेनेटर हिलैरी क्लिंटन ने अपनी राष्ट्रपति पद के प्रत्याशित्व की सम्भावना टटोलने वाली समिति के गठन की घोषणा शप्पाका, न्यू यॉर्क स्थित अपने घर के बैठकखाने के सोफे पर बैठे, एक वेब वीडियो का उपयोग करते हुए की। वीडियो में दर्शकों से मुखातिब होती हुई वह कह रही थीं, “आइए हम बात करें, एक-दूसरे को अपने विचार बताएं। मैं आप सभी के घर भले ही न आ पाऊं लेकिन कोशिश तो कर ही सकती हूं। आधिनिक प्रौद्योगिकी की मदद से मैं आगामी सोमवार से लाइव, ऑनलाइन वीडियो चैट्स की शुरुआत करूंगी। तो गुफ्तगू के लिए तैयार हो जाइए।”

इस विधि को अपनाने में प्रत्याशी को काफी लाभ होता है। सार्वजनिक कार्यक्रम में जहां प्रतकार तरह-तरह के प्रश्न पूछते हैं, वहाँ वेब पर की जा रही घोषणा में पते पूरी तरह अभियान प्रबन्धकों के हाथ में होते हैं। वीडियो को सम्पादित कर अंतरंगता और स्वतःस्फूर्तता का बातावरण तैयार किया जा सकता है।

खतरे और संभावनाएं

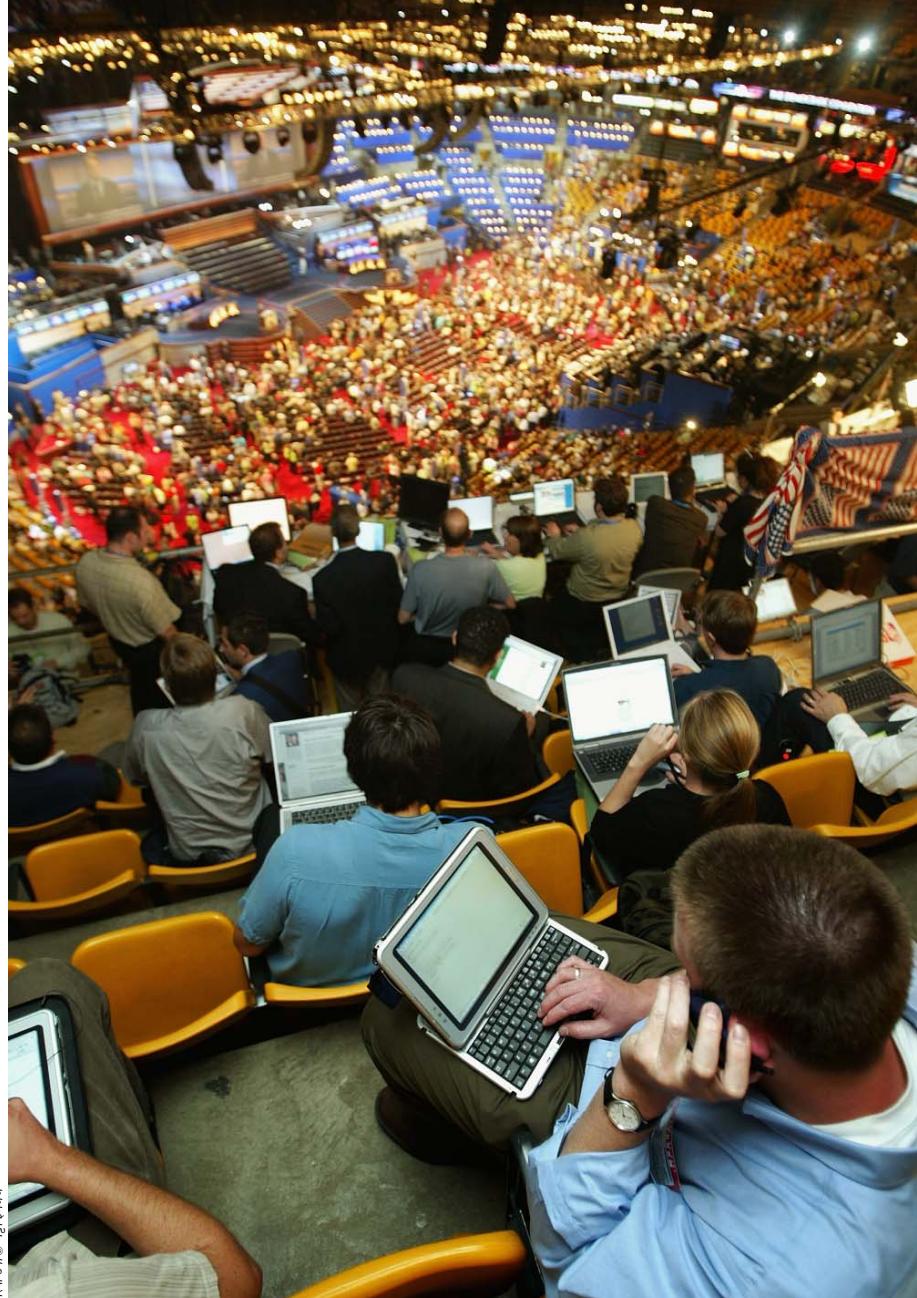
प्रौद्योगिकी में हुई कुछ अन्य प्रगति अभियानों के लिए नए खतरे तैयार कर रही हैं। बहुत छोटे-छोटे और आसानी से काम करने वाले कैमरों और टेप रिकॉर्डरों की सहायता से अब प्रत्याशियों पर उनके विरोधियों के समर्थक और कर्मचारी लगातार निगाह रखते हैं।

वर्ष 2006 में वर्जिनिया के रिपब्लिकन सेनेटर जॉर्ज एलन की चुनाव में विजय निश्चित थी। एक समाचार एंजेंसी के भारतीय मूल के कर्मचारी को अपनी रिकॉर्डिंग करते देख सेनेटर ने उसका मजाक उड़ाते हुए कहा: “वह पीली कमीज़ वाला आदमी, जिसका नाम शायद मकाका है, मेरे विरोधी के साथ है। यह हर जगह हमारा पीछा करता है.... आइए मकाका का स्वागत करें....।” यूरोप के कुछ देशों में मकाका अफ्रीकी लोगों के लिए हिकारत से इस्तेमाल होने वाला शब्द है।

यह फुटेज यू ट्यूब पर हजारों बार देखी गई, स्थानीय और राष्ट्रीय चैनलों ने भी इसे बार-बार दिखाया। परिणाम रहा चुनाव में सेनेटर की हार और डेमोक्रेटिक प्रत्याशी जेम्स वेब की जीत।

नई वेब प्रौद्योगिकी का जबर्दस्त लाभ राष्ट्रपति पद के प्रत्याशी टेक्सस रिपब्लिकन प्रतिनिधि रॉन पॉल को मिला। वर्ष 2008 में राष्ट्रपति पद के लिए अपने दल का प्रत्याशी बनने की उनकी सम्भावना कुछ खास नहीं थी लेकिन उनके सिद्धान्तों ने उन्हें माइस्पेस और यू ट्यूब जैसी साइटों पर बहुत लोकप्रिय बना दिया। यहां तक कि 2007 की तीसरी तिमाही में उन्हें 53 लाख डॉलर की राशि दान में प्राप्त हुई, जबकि अब राष्ट्रपति पद के रिपब्लिकन प्रत्याशी सेनेटर जॉन मैकेन को 57 लाख डॉलर मिले थे।

नए संचार माध्यमों के तीन अभूतपूर्व उपयोगों ने 2008 के राष्ट्रपति पद के चुनाव पर भारी प्रभाव डाला है। अनाधिकारिक रूप से कार्य करते हुए



बोस्टन, मेसाचूसेट्स में वर्ष 2004 में हुए डेमोक्रेटिक राष्ट्रीय सम्मेलन के दौरान इंटरनेट ब्लॉगर अपने पाठकों के लिए ताजा जानकारी इंटरनेट पर डाल रहे हैं।

डेमोक्रेटिक प्रत्याशी सेनेटर बाराक ओबामा के एक अभियान सहायक ने एप्ल कम्प्यूटर के एक विज्ञापन का उपयोग करते हुए हिलैरी क्लिंटन को एक सर्वशक्तिमान तानाशाह के रूप में प्रस्तुत किया।

ओबामा के अभियान प्रबन्धकों ने इस विज्ञापन से पल्ला झाड़ लिया और सहायक ने भी त्यागपत्र दे दिया लेकिन यू ट्यूब पर करीब दस लाख दर्शकों ने यह छद्म विज्ञापन देखा। इसके दुष्प्रभाव से निपटने में हिलैरी क्लिंटन के चुनाव प्रबन्धकों को बहुत मशक्कत करनी पड़ी।

दूसरी ओर ऐसे ही एक वीडियो के चलते ओबामा को भी काफी झेंपना

ज्यान जानकारी के लिए:

इंटरनेट और 2008 के चुनाव

http://www.pewinternet.org/PPF/r/252/report_display.asp

क्या चुनावी राजनीति में इंटरनेट से फर्क पड़ता है?

http://www.readwriteweb.com/archives/web_20_election.php

पढ़ा। यू ट्यूब पर दिखाए गए इस वीडियो ओबामा गर्ल में अभिनेत्री-मॉडल ऐम्बर ली एंट्रिंगर ने कामोतेजक नृत्य करते हुए जो गीत गाया उसका भावार्थ था, “मैं ओबामा पर फिदा।”

राष्ट्रपति पद के डेमोक्रेटिक प्रत्याशी जॉन एडवर्ड्स टेलिविजन पर पेश होने के लिए तैयार हो रहे थे कि किसी ने चोरीछिपे उनकी फिल्म बनाकर यू ट्यूब पर डाल दी। संगीत प्रधान फिल्म वेस्टसाइड स्टोरी के गीत “आइ फ़ील प्रेटी, ओ सो प्रेटी, एंड विटी दुनाइट” के बोलों और धन पर एडवर्ड्स अपने बालों को संवारते और फुलाते दिखते हैं। जाहिर है कि इस ‘श्रृंगारिक’वीडियो से उनकी लोकप्रियता बढ़ी तो नहीं ही होगी।

2004 में ऐसी फिल्मों को इंटरनेट पर दिखाना सम्भव नहीं था।

कुछ अन्य प्रभाव

इसके साथ ही नई माध्यम क्षमताओं के विस्तार से कुछ अधिक सूक्ष्म किस्म के विकास भी हुए हैं:

इंटरनेट युद्धिवरोधी वाम के एकजुटीकरण का साधन बना है। इस प्रभावशाली डेमोक्रेटिक समूह की अनदेखी करने का साहस न किसी प्रत्याशी में है, न ही कांग्रेस के अगुआओं में।

ओपन लेप्टप, एस्कॉटन, और डेलीकॉस जैसी साइटें और इन पर और साइटों पर रिपोर्ट भेजने वाले डेरों ब्लॉगर्स एक ऐसा प्रभावी समूह हैं जिसे डेमोक्रेटिक प्रत्याशी नाराज नहीं करना चाहते। सच तो यह है कि बहुत से प्रत्याशी और उनके वरिष्ठ प्रबन्धक ब्लॉग के वाम समुदाय से निरन्तर सम्पर्क में रहते हैं और उनसे बहुत सकारात्मक प्रचार चाहते हैं।

वर्ष 2004 में वेब आधारित क्रेडिट कार्ड लिंकों के माध्यम से छोटे-छोटे दानदाताओं से काफी बड़ी धनराशि प्राप्त करने में राष्ट्रपति पद के डेमोक्रेटिक प्रत्याशी होवार्ड डीन की सफलता के कारनामे की नकल 2008 में सभी प्रमुख डेमोक्रेटिक और कुछ हद तक रिपब्लिकन प्रत्याशियों ने भी की। इसका परिणाम यह हुआ कि छोटे दानदाताओं की संख्या कई गुणा बढ़ गई और चन्दों की औसत राशि कम हो गई। इस प्रवृत्ति का लाभ विशेष रूप से ओबामा को हुआ जो राष्ट्रीय राजनीति के अखाड़े के बहुत नए खिलाड़ी थे।

छोटे, वेब आधारित दानदाताओं की संख्या बढ़ने से 2004 से डेमोक्रेटिक पार्टी के प्रत्याशी भी काफी बड़ी धनराशियां जुटा पाते हैं। कम से कम तीन दशकों में पहली बार ऐसा हुआ कि परम्परागत रूप से चुनाव अभियानों के लिए खासी राशियां जुटा पाने वाले रिपब्लिकन इस मामले में डेमोक्रेटों से पीछे छूट गए। वेब-आधारित राजनीतिक साइटें समाचारपत्रों जैसी ही महत्वपूर्ण होती जा रही हैं। कुछ ही बरसों में हफिंगटन पोस्ट, सैलैन, स्लेट, द नेशनल रिव्यू ऑनलाइन, द वॉल स्ट्रीट जर्नल ऑनलाइन चुनावों की खबरें देने और नीति निर्माण के क्षेत्र में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते दिख रहे हैं।

उदाहरण के लिए हफिंगटन पोस्ट को ही देखें तो यह छपे हुए अखबारों की पूरी अंतर्वस्तु प्रस्तुत करता है—राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय खबरों वाला ‘मुख्यपृष्ठ’ मनोरंजन और जीवनशैली खंड आदि। ऑनलाइन मीडिया का खास लाभ है नवीनतम प्रौद्योगिकियों से न्यू यॉर्क टाइम्स (www.nytimes.com), वाशिंगटन पोस्ट (www.washingtonpost.com), और लॉस एंजिलीस टाइम्स

(www.latimes.com) जैसे परम्परागत समाचारपत्रों से लेकर भाँति-भाँति के ब्लॉगों जैसे हजारों अन्य समाचार स्रोतों से जुड़ पाना। यह ब्लॉग दर्शकों-पाठकों को रियल क्लीयर पॉलिटिक्स, टॉकिंग पॉइंट मेमो, इंस्टापंडिट, टेन गोडुर्ड्स पॉलिटिकल वायर और ड्रू रिपोर्ट जैसी साइटों तक तुरंत पहुंचा देते हैं।

वर्ष 2000 में चुनाव अभियानों को शाम 6 से 7 बजे प्रसारित किए जाने वाले टेलिविजन समाचार बुलेटिनों और रात 9 से 11 के बीच समाचारपत्रों की डैडलाइन के एक निश्चित समाचार चक्र का ही ध्यान रखना होता था। अब वेबसाइटों के प्रबन्धक निरन्तर नवीनतम समाचार प्रस्तुत करते रहते हैं और रात के दो बजे घटी किसी महत्वपूर्ण राजनीतिक घटना शाम के टेलिविजन समाचार प्रसारण तक इंटरनेट पर समीक्षाओं और प्रतिक्रियाओं के कई दौर चल चुके होते हैं।

वाम, दक्षिण और पक्षनिरपेक्ष वेबसाइटों की भरमार के कारण राजनीतिक अभियानों की नवीनतम स्थितियों पर काफी व्यापक प्रतिक्रिया उपलब्ध रहती



संटुल यार्क, न्यू यॉर्क सिटी के अपने ठिकाने से मार्गी लेम्पर्ट (बाएं) और जेनीफर वारेन 900 किलोमीटर दूर ओहायो में पंजीकृत मतदाताओं को प्रोत्साहित कर रही हैं।

है। राष्ट्रपति पद के प्रत्याशियों की बहसों, इंटरनेट पर उपलब्ध अपने पक्ष में और विरोधी की आलोचना करने वाली टिप्पणियों के दौरान अभियान के कर्मचारी ढूँढ-ढूँढ कर समाचार संस्थाओं और टिप्पणीकारों को ई-मेल करते रहते हैं।

अतीत की प्रवृत्तियों को देखते हुए निश्चयपूर्वक यह कहा जा सकता है कि नवीनतम संचार और सूचना प्रौद्योगिकियों के कारण समकालीन बातावरण में आ रहे बदलावों की गति 2012 और 2016 के चुनावों में होने वाले आमूल-चूल परिवर्तनों की झलक मात्र है।

टॉमस बी.एडसॉल्ट न्यू यॉर्क के कोलम्बिया विश्वविद्यालय के ग्रेजुएट स्कूल ऑफ जर्नलिज्म में प्रोफेसर हैं। वह न्यू रिपब्लिक के संवाददाता, नेशनल जर्नल के कंट्रिब्यूटिंग एडिटर और हफिंगटन पोस्ट के राजनीतिक सम्पादक भी हैं।

कृपया इस लेख के बारे में अपने विचार editorspan@state.gov पर भेजिए।